

＜株式会社エフエム東京 第 529 回放送番組審議会＞

1. 開催年月日：令和 8 年 6 月 2 日（火）
2. 開催場所：エフエム東京 11 階大会議室
3. 委員の出席：委員総数 6 名（社外 6 名 社内 0 名）

◇出席委員（5 名）

佐々木 俊尚 委員長代理
松田 紀子 委員
山口 真由 委員
柴崎 友香 委員
福里 真一 委員

◇欠席委員（1 名）

ロバート キャンベル 委員長

◇社側出席者（6 名）

唐島 夏生 代表取締役社長執行役員
内藤 博志 取締役執行役員コンテンツ事業局長
宮野 潤一 執行役員総合プロデュース局長
砂井 博文 総合プロデュース局コンテンツ・プロデュース部長
西森 郁馬 総合プロデュース局業務管理部長
柴崎 優 総合プロデュース局コンテンツ・プロデュース部プロデューサー

◇社側欠席者（0 名）

【事務担当 宮野放送番組審議会事務局長】

4. 議題：番組試聴（90 分）
『Skyrocket Company』（ダイジェスト）
2026 年 5 月 5 日（祝・火） 17:00～19:50 TOKYO FM

＜議事内容＞

議題 1：最近の活動について

■2026 年 4 月度 聴取率調査結果

ビデオリサーチ 2026 年 4 月度の首都圏ラジオ合同聴取率調査（2026 年 4 月 20 日～26 日）において、以下のとおり、主要 3 区分においていずれも在京首位を獲得しました。

男女 18～49 歳	： 単独首位	※ 3 期連続の単独首位
男女 12～59 歳	： 首位（同率）	※ 3 期連続の首位
男女 12～69 歳	： 首位（同率）	※ 首位は 25 年 12 月度以来

さらに主要ターゲット層の【M1F1】、【M2F2】、【男女 20 代】、【男女 30 代】、【男女 40 代】、【男女 50 代】各層でも首位を獲得し、首都圏在住の幅広い年齢層の生活者から TOKYO FM のコンテンツが高い支持を得る結果となりました。

6 月度調査（6 月 1 日～7 日）においても、引き続きリーチ拡大と演出面の工夫に取り組んでまいります。

■第 63 回（2025 年度）ギャラクシー賞 ラジオ部門「DJ パーソナリティ賞」
アンジェリーナ 1/3 さんが受賞

TOKYO FM/JFN38 局ネット番組『SCHOOL OF LOCK!』パーソナリティ「アンジー校長」こと、アンジェリーナ 1/3 さんがギャラクシー賞ラジオ部門「DJ パーソナリティ賞」を受賞。6 月 1 日（月）の授賞式にて表彰されました。TBS ラジオ『Angie Radio!!～夢は口に出せば叶う!～』（日曜 12 時）にも出演中で 2 番組のパーソナリティとしての功績を高く評価されて最年少での受賞となりました。



■TOKYO FM ・広島 FM 共同制作「80 年の越境～ヒロシマの隣町から～」
放送人グランプリ受賞

昨年 8 月に放送した TOKYO FM ・広島 FM 共同制作特別番組『80 年の越境～ヒロシマの隣町から～』が第 25 回放送人グランプリを受賞しました。番組は、広島から距離を隔てた呉で生きる人々が 80 年という時間を経て、原爆投下をどう感じているのかを取材し、「当事者」であるというのはどういうことなのか、「語り継ぐ」ということはどういうことなのかを改めて考えた報道特番です。「放送人グランプリ」は毎年度の放送から、「放送人の会」会員が推薦した番組や優れた放送人を顕彰する“放送人の、放送人による、放送人のための賞”で、今年で 25 回目。5 月 30 日に贈賞式が行われました。



議題 2：番組視聴

『Skyrocket Company』（ダイジェスト）

2026 年 5 月 5 日（祝・火） 17:00～ 放送

【番組概要】

本日ご試聴いただくのは、毎週月曜日～木曜日、夕方 5 時から 8 時に放送中の生ワイド番組『Skyrocket Company』、5 月 5 日（祝・火）の放送回です。番組パーソナリティはマンボウやしと浜崎美保。「明日への狼煙（のろし）を上げるために、世代や立場を超えて語り合うラジオの中の会社」というコンセプトのもと、毎日案件（メッセージテーマ）を設け、リスナーとともにさまざまな議題について会議（トーク）を行っています。今年で放送開始 14 年目を迎えました。

5 月 5 日の放送回は「もしもしキッズ案件～ゴールデンウィークお子さまリポート～」。平日の通常放送とは違い、こどもの日を過ごす子どもたちに電話をつなぎ、ゴールデンウィークをどのように過ごしているのかを自由にリポートしてもらいました。制作背景には、近年続く物価高や生活コスト上昇の影響があります。家族で遠出をしたり、大型レジャー施設へ出かけたりすることが以前より簡単ではなくなっている今、今年のゴールデンウィークは「近場で過ごす」「家で楽しむ」という家庭も少なくないのではないかということが、企画の出発点になっています。だからこそ今回は“派手な体験”ではなく、子どもたちの日常に宿る小さな幸せにフォーカスしました。公園に行った話。家族でご飯を食べた話。おじいちゃん、おばあちゃんに会いに行く話。大きなニュースではありませんが、その一つ一つから、家族の空気感や、子どもたちの純粋な感情が伝わるような構成を意識しました。また、子どもたちにラジオへ触れてもらう”という思いもあります。スマートフォンや動画コンテンツが生活の中心となっている時代。自分の声が生放送で流れ、大人たちが耳を傾け、リアクションを返してくれる。「ラジオって面白い」という原体験になり得るのではないかと考えました。



【委員の意見および社側説明】

(「○」委員意見／「■」社側意見)

○とても楽しく聴かせていただきました。ラジオ番組で子どもと電話で話すというと、まず「全国こども電話相談室」が思い浮かびます。電話相談室の番組に比べると、マンボウやしろさんと子どもたちがいろんな話をしてお互いに双方向で話をしているのが印象的でした。今は SNS とか配信とかいろんな手段があって、その昔とは、テレビやラジオの向こう側との距離感も、また違うかもしれませんが、それでもやっぱりこうラジオの向こう側と自分が繋がって声が聴こえてくるっていうのは、すごく特別な経験で電話したお子さんたちもすごく大きい思い出になったのではないかなと思いました。その双方向性というか距離感というのが、ラジオは独特で、持っている良いところだと思うんですけども、それがすごく発揮されていたと思います。

○こどもレポートということだったんですけども、お子さん 1 人 1 人の声とかお話がすごく面白いのと共に、周りにいるご家族の人の声が背後から入ってきて、家族と一緒に聴いているという、その姿とか周りの状況とか家族の関係みたいなものが伝わってきて、子ども単体ではなくて子どもを取り巻く人たちの関係性が伝わってきたところも、とても良かったと思います。子どもたちもいろんな年齢のお子さんがいましたけれども、結構みんな素直で真っすぐな感じがして、それもすごくイマドキだと思って、家族ともすごく仲が良さそうなのが、今の子どもだなという感じも強くしました。サッカーの話をした子どもに、やしろさんが、クリステイアーノ・ロナウドの話をして、その子どもの言ったことを笑わない・馬鹿にしないことが大事なんだという話をしていましたけれども、それは本当にそうだ、すごく大事なことだと思って、その後も子どもたちが言うことに対して、茶化したりしないでちゃんと聞いていったところが、とても良かったです。

○特に歌を歌われた子どもは、おふたりいらっしゃって、一生懸命歌ってくれて、すごく自信持って歌ってくれて、でもその後、足がプルプルしてますという、リアルなところが伝わってきて良かったです。近所の公園のお祭りで、5 歳の子が X JAPAN の「Rusty Nail」を熱唱したことがあって、すごく上手かったのですが、これはお父さんかお母さんが好きな歌なんですか？って聞いたら、いやこの子が普通に YouTube か何かで気に入って、絶対この曲を歌うって言ったんですと言って、そういう風に、なんだか今の子どもは、あんまり時代とか関係なく、パッとインターネットとか配信とかで偶然出会ったものに、すごく興味を持つというところがあって、あんまり古い曲とか今の曲っていうのが関係なくなっているような面白さも感じました。

○90 分のダイジェストと、3 時間の全体の方と両方を聴いたんですけども、全体の長い方を聴くと、いい意味での薄さがあるというのも思いました。番組審議会で試聴する番組は、やはりスペシャル番組とかが多くて、それだと密度が濃くてギュッとしてるんですけども、「Skyrocket Company」は平日 4 日間 3 時間というのを、すごく長い間、何年も続けていらっしゃるってことで、話す側の方も聴く人の側も、特に夕方ちょっと忙しい時間に何かしながら聴けるような、良い意味での薄さみたいなものがあるから、ずっと続けていられるのかなとも感じました。

○ほのぼのと楽しく聴けば良いという、とやかく言うようなものじゃないなと思って聴きました。ある種、退屈を楽しむみたいな感じというか、はっきりテーマも決めずに電話をかけて、子どもも何を喋ればいいのかみたいない感じで出てきて、話を聴く側の MC の人たちも何を喋ればいいのかみたいない感じで、語り合ってるっていうのが、5 月 5 日の休日にまったりと渋滞の車の中とかで聴いている人の感じと合っているんだろうなと思いながら、聴かせていただきました。子どもたちに良い思い出を作りたいという話がありましたけれど、それは本当にその通りで、今でも思い覚えているのは、小学校時代の同級生が、当時、萩本欽一さんのラジオ番組に出演を果たして、「寿限無、寿限無、五劫のすりきれ・・・」を全部言い切ったというのが、ものすごい学校のヒーローになっていました。そういうことを思い出したりしますので、彼らもラジオ番組に出演したことで、きっと本人の思い出にもなり、周りの子たちにも自慢したりみたいなことが、広がってるんだろうなと思いながら、聴いていました。

○子どもの声は、やっぱり強いんですよね。思わず話を聴いてしまう、何だか大したことは言わなくても子どもの声だと聴いてしまうというのがある。ラジオ CM で上手くいく 3 つの法則というのがある。昔から「歌・子ども・関西弁」の 3 つだと言われてるんですけど、メッセージを歌にして聴かせるとラジオ CM って聴いて貰えるっていうのと、関西弁の会話にするとなんか、広告っぽくないことを言ってそうな気がして聴いて貰えるというのと、もう 1 つが子どもの声でちょっと子どもが言いそうもない大人っぽいことを言ってみたり、ひねったこと言ってみたりすると聴いて貰えるという。子どもの声ってキャッチーだと思います。もう 1 つ、ここ 1～2 年、業界で評価されてる広告に花王メリットの CM がありまして、これが家族の子育ての話を、シンプルなアニメーションで描いてる CM なんですけど、バックで、最初はエレファントカシマシの「今宵の月のように」で、今は、椎名林檎さんの「幸福論」や「ギブス」とかを子どもの声で歌うっていう曲が流れているんですけど、やっぱり子どもの声でちょっと大人っぽい曲を歌うとすごくキャッチーだというのがあって、その広告もすごく、話題になっているものなんですけど、この番組で言うとやはり「Get Wild」がすごく印象に残りました。

○平日ワイド番組を色々と聴かせていただいたのですが、私は、こちらの「Skyrocket Company」が、どうも苦手でして、何が苦手かというと、浜崎美保さんの媚びたような声がすごく耳に残ってしまって、媚びている女の人の声をわざわざなんでやるんだろうと思います。あとはラジオの中の会社というコンセプトが、実際に会社員をやっていると、クタクタになって帰ってきて、それでラジオというエンターテインメントの中でもわざわざ会社を味わいたくないっていうのがあります。ですので、本部長と秘書というその2つの関係性で、秘書がすごく声が媚びている感じで、本部長がそれに対して男性特有の面白いけど下世話な感じというのが、わざわざ仕事を帰ってきてから聴くものじゃないと思って聴かなくなってしまった。それでずっと聴くのを避けてきた。今回、改めて試聴して思ったのは、他者が子どもというすごくアンコントロールな存在で、何を話してくるか分からない、だけど、子どもたちと私たちは話したいんだという2人の姿勢がものすごく感じられて、その子どもたちの休日の過ごし方などに対して、ものすごく一喜一憂している感じ、「それ最高だよ」とか「いいよ」と言ってる感じが、なんだか聴くいてとてもほっこりして、それに対してその後ろにいらっしゃるスタッフの人たちの笑い声が入ってくるんですけど、スタジオの中でもものすごく一体感となって、その子どもたちの声を拾い上げて盛り上げていこう。子どもたちに良い思い出を作ってもらおうという感じが、とても滲み出てるのを聴いて、すごくいいなと思いました。こうやって2人の人柄が前面に出てくるものを聴くと、自分の気持ちは解れるんだと思って、子どもたちの力もすごく大きかったと思うんですけども、子どもたちが、自由に歌ったり、お母さんに言われたことを一生懸命言ったりとか、本当に小さな幸せを与えて貰ったという気がした。今は、殺伐とした事件とか家族が崩壊してるという話も多いと思うんですけども、そうではない、ちゃんとこういう地に足が付いた家族の幸せっていうものが世の中にはある。それをみんなで、さらに盛り上げようとする気のいい大人たちがたくさんいて、きっと本当にこの子たちは一生の思い出になったと思う。もしかしたら「Get Wild」や「好きすぎて滅!」を歌った子は、すごく一生の思い出になって、将来音楽業界に進むかもしれないという意味でも、コンセプトが生きた、とてもいい放送だったんじゃないかなという風に思って、聴かせていただきました。私の「Skyrocket Company」が苦手という部分もだいぶ払拭されました。

○浜崎美保さんは、コメディエンヌだと思った。コメディがすごく上手というか、俳優みたいな感じで声色が凄く変わるから、全体を通して聴くと浜崎さんの良さが、これはあえての媚びた声なんだなというのが分かるんですけど、それをわからずに聴くと冒頭からすごく、ねちっこい声を出されるんで、ラジオを消してしまう。このバランスがどうにかなればいいのかと思った。でも、そんなこんなでもう14年目を迎えているということは、みんなそれに満足しているということだと思うので、私みたいなものがガヤガヤ横で言う必要もないのかなと思いながら。ただやっぱり声の問題は、ギャラクシー賞でDJパーソナリティ賞を受賞したアンジ

エリーナ 1/3 さんのように、声の引っかかりとか耳当たりみたいなものはラジオにとってすごく重要な部分だと思ったので、あえて甘ったるさがいいと響いている人はそのまま聴いてると思うんですけど、ちょっと苦手に思ってる方もいるんじゃないかなということをお伝えしたいと思いました。

○私も「Skyrocket Company」の大ファンではなかった。私はどちらかというとマンボウやしろさんが、全体的に配慮して優しすぎるということが自分みたいなシニカルな人間には無いと思っていた。しかし、今回の放送を聴いて、この人は、まず自分を笑い者にする事で、なんとか笑いを作ろうと、一生懸命頑張っている感じが伝わって、いい人だなと思った。浜崎美保さんもなんだか声がすごく印象に残ると思ってたんですけど、聴きながら、この人は、さりげなくちゃんと実況に戻そうとしたり、ラップとかも全然ノリノリでやったりして、この人は非常に女性的な声で秘書ということで結構攻撃を受けやすい立場なんだけど、これは素の声なんじゃないかな？この人はしっかり進行してると思って、2 人の事を好きになるという意味でも、いい番組だったと思います。

○内容はすごく面白かったんですけど、現代の子どもがヤバすぎると思って、1 番初めのサッカーの子どもが衝撃だった。この無敵の自己肯定感は何だと思って、まず選手は自分です。笑っちゃいけないと分かります。だけど、なんだかその自己肯定感がある自分の存在にすごく満足してるけど、何のコンテンツも出してこない。お父さんに怒られたことないです。ちょっと考えてみようよとか思うのに、全く何のコンテンツも出さないけど自分の存在に完全に満足してる感じが、あまりに衝撃的すぎて。それでも、やしろさんや浜崎さんが、ものすごい頑張って盛り上げようとしていて、今の子どもってこんな感じなのと思った。私たちの次の世代はこういう自己肯定感を呪文のように受けた子どもたちが出てくるんだなということがすごく分かって、衝撃だと思った。そこからというもの、私はやしろさんや浜崎さんの方に共感してしまって、この子たちからなんとか頑張ってコンテンツを引き出そうとして、本当に偉いと思った。だからこそ、最後のあたりで電話が繋がって、子どもが歌ってくれたりとかしているのが、なんだかすごく嬉しくなってしまう、こんなコンテンツを出せる子どももいるし、こんな盛り上がるんだ、みたいになったので、そういう意味ですごく面白かった。子どもにとって経験になるっていうのはもちろんなんですけど、社会があんまり子どもを宝だからと言って、愛ですぎちゃいけないんじゃないかと考えたり、今の子どもって本当にこんな感じなんだ。自分が何か面白いことを言ってやろうとかも全くなくて、本当に自分のそのまの素で普通のノリで出てきて、普通に会話して終わるんだみたいなことが、現代の切り取りとしても面白かった。番組全体の構成としても、すごく良い回だったと思います。毎日放送をやっている、そこまで作り込めないからこそ、面白さというのがあるとも思いました。

○メディアの構図という話は昔からよく言われてる。例えばテレビというのはスタジオにもたくさんいて、見てる側もお茶の間というリビングルームに人がたくさんいるのでN対N（多対多）と言われ、ラジオはそれに比べると1対1だと言われている。ラジオの前のあなたって、深夜放送で、勉強机の前に1人で座って1人が喋ってるのを聴くという。そういった割と単純な二元論でラジオとテレビは、語られるが、マンボウやしろさんは、なんだか特異なキャラクターで、その両方にも当てはまらないと前から感じている。やしろさんは、強いキャラクターでもなければ、そうかと言って淡々としてるわけでもなくて、なんだか会社によくいるちょっと気の利いた良い先輩みたいな、なんかそういう感じで、リスナーとパーソナリティが向かい合っているわけではなくて、居酒屋のカウンターで横に座って喋っているみたいな感じがある。同時にその居酒屋のカウンターで2人きりでやしろさんが喋ってるのを聴いているだけじゃなくて、その周りのカウンターに他の人たちもいるみたいな。スタッフがいたり、他の出演者がいたり、あるいは電話で繋がってる子どもたちがいたりとかという。だからメディアとしては、昔から、情報を流すものがメディアであると考えられてきたけれど、どちらかというところ「Skyrocket Company」は、ある種の居酒屋の場みたいな、そういう場所を作ってる印象が非常に強いと思う。インターネットの世界は、もういい加減Xは荒れ果ててみんな疲れきってるので、今後はなんだか小さいコミュニティに向かうだろうということ、最近よく言われている。だから、その流行りの1つが例えば音声で言うとポードキャストのブームだったりとかに繋がっていきなりと思うけど、1対1で向き合っているんじゃないで、こういうなんだか小さなコミュニティで何人かでひっそりと寄り添って居酒屋のカウンターで飲んでいる感じというのは、多分1つの理想系の治平としてあるんじゃないかと個人的には思っていて、そういう空間を14年間「Skyrocket Company」は続けられて作り上げた。ある種の完成系みたいなのかなと聴いていてとても感じました。今のTOKYO FMの番組は、多分そういう1対1ではない、アイドルだったり芸人だったりとかキャラクターの強い人を出すことによって、その人のファンを連れてくるという方向性に、ここ数年ずっと動いていると思う。さらにその先に、そのキャラクターの強いパーソナリティが、その周辺に共同体を作っていくみたいな感じの方向に進むのが、ラジオの未来としては結構ありなのかなということも考えたりしました。

■貴重なご意見ありがとうございます。パーソナリティの二人にも、今回お話いただいたことを、フィードバックをさせていただきます。ちなみに浜崎さんの声は、あれが素なんです。多分、そう受け取られるというのはもちろんご意見上あるんですけども、コメディエンヌというのも本当その通りだなと思うと、スイッチが入った時の、多彩なキャラクターぶりというか何でも演じられるっていうところも、番組の1つのコント仕立てのところではあるんですけども、実は彼女自身の声は、あれが結構、素なんです。

○ああいうフックのある感じの声がラジオとしてどうなのかというのは議論になるところで、例えば J-WAVE は、どの番組を聴いても同じように聴こえるということを作り込んでいるわけです。だから、安心して聴けるし選曲もいいとなる。ただし、その番組のパーソナリティに対してそれほどの引きがないというか、なんとなくデザイン事務所の BGM で流れているような感じになってしまう。一方、TOKYO FM は真逆の方向で、パーソナリティの強さみたいなものを出しているから、そこになんらかのフックがある方が、個性がより強く出て良い。で、そこにファンがついてくる。でも一方でその個性が強くてファンが付くことに対して反感を抱く人も当然いる。これはどっちがいいのか別に正解はなくて、そういうラジオの方針なんだという風に受け止めてるところです。

○昨日もこの番組「Skyrocket Company」を聴いてみたんですけど、そうしたら後半の方で浜崎さんがずっとアントニオ猪木さんのものまねをしていて、この人なんかすごく面白い人なんだなと思った。私はやっぱり最初は、秘書という役柄で、ああいう感じの声だから、どうなんだろうみたいな感じで、聴いていたんですけども、だんだん聴いていると面白くなってきて、後半その感じでずっと喋っていたので、なかなか個性的というか、先ほどコメディエンヌという話がありましたけど、そういうところをもっと活かされると、すごくいいなと思いました。

■さきほど委員から他局との比較の話がありましたが、J-WAVE は、それぞれの喋り手の方をナビゲーターと称していて、TOKYO FM は、パーソナリティという。これは我々の方針上、そういう風にしてるんですけども、やはり文字通り個性というところを尊重してる部分でもありますし、ここから派生して、あまり台本的にならないような、特に「Skyrocket Company」は、その象徴的な番組でもあるんですけども、そういったところでファンを獲得していきたいというのが、我々のラジオコミュニティの作り方かなというところがあります。個性というところで賛否はもちろんあるんですけども、14 年番組を続けてきて、良い意味でバリエーションが豊かになってきている部分と、そこをちゃんとツッコミと言いますか、やしろさんが元々は芸人でもあり、それもバラエティのセンスもある方なので、この絶妙なコンビネーションというところが、おかげ様で一定の人気を得られているかなと認識しています。他局と、そこは差別化しながら編成してるということです。

5. 議事内容を以下の方法で公表した。

- ① 放送:番組「TOKYO FM Navi」6 月 28 日（日）5:55～6:00 放送
- ② 書面:TOKYO FM サービスセンターに据え置き
- ③ インターネット:TOKYO FM ホームページ内 <https://www.tfm.co.jp/>